

1. A mediáció és a kulturális mediáció alapfogalmai, a mediátori kompetenciák

A. Ismertesse a mediáció, valamint a kulturális mediáció fogalmát és néhány típusát! Melyek a legfőbb mediátori kompetenciák? A kultúraközvetítő munka során elsősorban mely kompetenciák és ismeretek segítik elő a felmerülő konfliktusok megoldását?

B. Vázzon fel egy interkulturális projektet, amelyet uniós pályázat keretében valósítanak meg. Mutassa be, hogy milyen mediátori kompetenciákat, módszereket szükséges alkalmazni! Ismertesse, hogy a megvalósíthatósági tanulmány elkészítése során milyen szempontokat venne figyelembe!

2. Infokommunikációs kultúraközvetítés, tömegkommunikáció a mediációban

A. Mutassa be a médiafogyasztási szokások változásának és a közösségi média terjedésének hatását a kulturális fogyasztásra. Értelmezze az információ, a nyilvánosság és a médiaretorika fogalmát. Foglalja össze, hogy a médiaszövegek és médiaproduktumok létrehozásakor milyen etikai és szakmai irányelveket érdemes figyelembe venni, miben áll a nyilvánosság megszólításának felelőssége, és mit jelent napjainkban a tudatos médiafogyasztás.

B. Önkormányzati kultúraközvetítő intézmény munkatársaként stratégiát kell készítenie a sajtóval való kapcsolattartásra (meghívók, sajtóanyagok, sajtóközlemények). Fogalmazza meg, milyen célkitűzései lehetnek egy ilyen stratégiának, milyen csatornákat, milyen gyakorisággal használna a kapcsolattartásra, hogyan építené ki a kapcsolati hálót! Hogyan használná fel a közösségi médiát a nyilvánossággal való kapcsolattartásra? Milyen projektkommunikációs eszközöket alkalmazna (projektszereplők között, külső érintettekkel, disszeminációs céllal)?

3. Az interetnikus és a multikulturális mediáció és célcsoportjai

A. Összegezze romológiai alapismereteit, mutassa be a magyarországi cigányság történelmét, nyelvi és kulturális differenciáltságát, területi elhelyezkedését, megélhetési stratégiáit, közéleti szerveződéseit, s határozza meg létszámukat, térjen ki a definíciós problémákra is.

B. Mutasson be egy projekttervet, amely a kulturális mediáció eszközeivel segíti a romák társadalmi beilleszkedését, befogadását! A feladat megvalósítása során határozza meg a projekt érintettjeit, jellemeznie kell a célcsoport oktatási, foglalkoztatási, lakhatási helyzetét, életmódbeli sajátosságait. Projektmenedzsmenti ismeretek alapján készítsen kockázati mátrixot a projekthez.

4. Kulturális örökségvédelem: világörökség, európai és magyar kulturális örökség

A. Leendő kultúraközvetítő szakemberként értelmezze a kulturális örökség fogalmát, típusait, szintjeit, az ezzel a témával foglalkozó nemzetközi konvenciókat példákkal megvilágítva. Ismertesse a kulturális örökségvédelem történetének jelentősebb európai és magyarországi csomópontjait.

B. Ön egy települési kulturális intézményben dolgozik. A település rendelkezik egy világörökségi listára érdemes kulturális vagy természeti helyszínnel. Önnek projekt tervezetben javaslatot kell tennie a felterjesztési jelölésre. Ennek a feladatnak a megoldása során a hallgatónak ismernie kell a kulturális örökség – világörökség fogalmát, a listára való felkerülés kritériumait és mechanizmusát, az örökségvédelem világ, európai és a magyarországi intézményi hátteret, valamint az vonatkozó nemzetközi konvenciót és a magyar jogi szabályzást. Határozza meg a projekt érintettjeit, jellemezze őket a projektben betöltött szerepük alapján és készítsen érintett mátrixot.

5. Regionális és lokális kulturális örökség

A. Mutassa be a kulturális örökség térségi összefüggéseit, regionális és lokális szintjeit példákkal megvilágítva! A helyi értéktárak létrehozásának melyek a szervezési lépései?

B. Tervezze meg egy regionális, lokális kulturális örökség ismertetését a Kulturális Örökség Napjai programsorozat keretében! A program konkrét tervezéséhez ismernie kell a regionális, lokális kulturális

örökség alapfogalmait, a KÖN programsorozat jelentőségét, szervezési mechanizmusait, intézményi kereteit. Határozza meg pontosan a projekt célját (probléma, cél, SMART szempontok)!

6. Kulturális identitás

A. Értelmezze a kulturális identitás fogalmát, az identitás-elemek szintjeit/rendszerét – az egyéni és csoportidentitás kapcsolatrendszerét, szociálpszichológiai vonatkozásait; ismertesse a globalizáció és a lokalitás összefüggéseit, jellemezze a regionális, a nemzetiségi, a nemzeti és az európai identitás jellegzetességeit!

B. Mutassa be egy szabadon választott régió vagy település lokális identitását alakító tényezőket, az identitás jellemző megjelenési formáit! Készítsen kulturális mediációs projekttervet olyan rendezvényről/rendezvénysorozatról, amely a bemutatott identitás-elemek erősítését szolgálja, vagy interetnikus kapcsolatokat, egymás megismerését segíti elő a bemutatott területen, illetve a lokális, a regionális, a nemzeti és az európai identitás összehangolását segíti elő! Kultúraközvetítő szakemberként milyen megoldásokat lát célravezetőnek a befogadó nemzettudat erősítésére, valamint az Európai Unió értékrendjének közvetítésére és ezáltal az uniós identitás erősítésére? Készítsen költségbeclést a tervezett projekthez!

7. A szolgáltatásmarketing és a kulturális marketing szemléletmódja, gyakorlata

A. Foglalja össze a kulturális marketing alapfogalmait! Ismertesse a különböző kulturális intézményekben alkalmazandó marketingstratégiákat!

B. Dolgozzon ki egy konkrét kulturális intézményre vagy rendezvényre vonatkozó marketingstratégiát, bemutatva az egyes tevékenységeket! Mutassa be az intézmény egyik rendezvényét, mint projektet, különös tekintettel az erőforrás-tervezésre és az ütemterv készítésre!

8. A kultúraközvetítés tradicionális intézményei Magyarországon

A. Mutassa be a kultúraközvetítés tradicionális intézményeinek rövid történetét, jelenlegi magyarországi helyzetét, a működésüket szabályozó törvényeket, jogszabályokat! Mutassa be, milyen új kihívásokkal szembesülnek a kultúraközvetítés tradicionális intézményei napjainkban, s példákkal illusztrálva mutassa be, hogy ezekre milyen válaszokat próbálnak adni, milyen múzeumi, vagy könyvtári reformprogramok bontakoznak ki a 20. század végétől?

B. Ön a helyi múzeum munkatársa. Mutasson be egy olyan projekttervet, programot, amely az intézmény újfajta szerepvállalását reprezentálja! Jellemezze a projektet és tipizálja (indokolja meg, hogy milyen szempont szerint milyen típusba sorolja)! Dolgozza ki részletesen, és illusztrálja a projekt kommunikációs tervét!

9. Modern és kortárs művészeti kultúra, művészeti mediáció

A. Ismertesse a modernitás jellemzőit, megjelenésüket a kultúra és a művészetek területén. Értelmezze a posztmodernitás fogalmát, önálló vagy a késő modernitáson belüli meghatározásait! Mutassa be a késő modern, kortárs művészeti jelenségek sokrétűségét (ennek okát), a művek értelmezésének problémáit, lehetséges értelmezési stratégiáit.

B. Tervezen meg egy foglalkozást/konkrét kulturális programot valamely szabadon választott művészeti ág (képzőművészet, irodalom, film, színház, zene, fotó, tánc, opera) kortárs alkotásainak megismertetése céljából. Egy-egy célcsoport esetében mik lehetnek az értelmezést gátló tényezők? Ismertesse azokat a stratégiákat, amelyek elősegíthetik a befogadás sikerét, illetve a modern és kortárs művészeti alkotásokkal kapcsolatos előítéletek feloldásának lehetséges megoldásait. Vázzon fel a projekt előkészítésének fázisait!

10. Szakmai kommunikáció a kulturális mediációban

A. Ismertesse a kultúraközvetítő szakember hatékony kommunikációjának sajátosságait. Mutassa be a modern retorika alapjait és sorolja fel a legfontosabb retorikai eszközöket!

B. Ön egy adománygyűjtő kulturális rendezvény megnyitójára ír alkalmi beszédet. Milyen szempontokat kell mérlegelnie a beszéd megírása előtt? Hogyan építi fel a beszédet? Milyen retorikai eszközöket használ, és milyen célból? Milyen metakommunikációs eszközökre kell odafigyelnie a beszéd előadása során?